Центр поддержки предпринимательства Алтайского края

алтайский бизнес инкубатор

БИЗНЕС-ПЛАН

«Организация мобильной торговли по реализации молочно-мясной продукции»

Содержание:

1. Резюме…… 4

2. Основная идея проекта…… 6

3. Производственный план…… 22

4. Организационный план…… 27

5. Финансовый план…… 28

6. Анализ и управление рисками проекта…… 30

Приложения…… 32

1. Резюме

Проект «Организация мобильной торговли по реализации молочно-мясной продукции», несомненно, подходит для любого района Российской Федерации.

Содействие и внимание к проекту со стороны государственных структур смогут значительно улучшить состояние производителей экологически чистой натуральной продукции: фермерских хозяйств и молокопереработчиков, на данный момент находящихся в тяжёлом положении. Для многих из них подобная деятельность может решить главную задачу 100% сбыта продукции, многим поможет выжить и встать на ноги.

При реализации данного проекта возможно и необходимо использование инструментов государственного финансирования: кредитования, субсидий и дотаций.

Цель проекта: Организовать мобильную торговлю по реализации молочно-мясной продукции посредством транспортного средства (автолавки). Автолавку будет размещена в местах с большой проходимостью, в спальных районах, возле крупных узлов общественного транспорта, на рыночных площадях.

Организационно-правовая форма предприятия: Индивидуальный предприниматель.

Потребители предоставляемых услуг: Большинство людей, населяющих большие и малые города, поселки и населенные пункты Алтайского края, предпочитающие употреблять в пищу натуральные высококачественные экологически чистые продукты питания, смогут оценить молочную и мясную продукцию, а также приобрести её по доступной цене в шаговой доступности.

Персонал компании (создание новых рабочих мест)

В рамках проекта планируется создание 2 рабочих мест: водитель-грузчик и продавец-кассир.

Планирование и прогнозирование являются важнейшими составными частями управления и без них вряд ли возможна успешная работа компании. Они позволяют: предвидеть перспективу развития компании на будущее, более рационально использовать ресурсы компании, избежать риска банкротства, более целеустремленно и эффективно внедрять новые разработки и современные методы ведения бизнеса. А также своевременно обновлять и модернизировать предлагаемую услугу, повышать ее качество в соответствии с конъюнктурой рынка, повышать эффективность и улучшать финансовое состояние компании.

Подводя итоги, следует отметить доходность рассматриваемого проекта и перспективность его развития как коммерчески эффективного бизнеса.

Основные показатели коммерческой, бюджетной и социальной эффективности:

Таблица 1

Основные финансовые показатели проекта

Вид показателя	Значение
Чистый приведенный доход, NPV (за 3 года)	1 045 265
Внутренняя норма рентабельности, IRR	23,94%
Срок окупаемости, PBP	20,3 мес.
Дисконтированный срок окупаемости, DPB	23,9 мес.
Средняя норма рентабельности, ARR (за 3 года деятельности)	16,0%

2. Основная идея проекта

2.1 Мобильный бизнес в России

Мобильная торговля весьма востребованный формат в городах и пригородах. По опросам покупателей, большая часть из них будет рада появлению новых автолавок со свежей продукцией и ценами производителя в шаговой доступности.

Большое количество представителей малого бизнеса, а главное производителей, в случае возможности получения торговых мест и федеральной поддержки желают продавать свою продукцию населению без посредников, используя автолавки.

Мобильный общепит при современном оснащении и возможностях внешнего дизайна может украсить и сделать более комфортными многочисленные зоны отдыха, городские площади, рынки и ярмарки.

Федеральная поддержка мобильной торговли окажет благотворное влияние на развитие малого и среднего бизнеса, поддержит отечественного производителя. Появится большое количество новых рабочих мест.

Учитывая быструю окупаемость мобильной торговли и открывающиеся широкие возможности перед бизнесом, развитие данного направления будет поддерживаться на правительственном уровне: планируется внесение изменений в Федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в РФ» в части введения понятия «мобильный торговый объект» и утверждение Постановлением Правительства РФ «Правил развозной торговли». Правила закрепляют упрощенный порядок функционирования мобильных торговых объектов, определяют основные технические требования к ним и фиксируют ассортиментные группы товаров для специализации. Все это позволит

снизить влияние административных барьеров на бизнес и повысить эффективность Ваших бизнес-процессов.

2.2 История появления мобильного общепита

Мобильный (передвижной) общепит является частью и логичным продолжением мобильной торговли. История появления мобильного общепита и мобильной торговли тесно связана с историей появления средств передвижения, водных и наземных повозок. Торговля как таковая стала возможна именно с появлением и развитием транспортных средств: люди смогли перемещать товары на значительные расстояния. Так как перемещение большого количества материальных ценностей требовало охраны, торговые суда и наземные повозки большей частью стали передвигаться караванами, нередко сопровождаемыми вооружённой охраной. Прибывая в населённые пункты, они вставали рядом друг с другом, и начинался процесс торговли непосредственно с транспортных средств:

повозки превращались в торговые прилавки, а суда становились первыми передвижными магазинами.

Так как путь и распродажа товаров занимали значительное время, торговцы и их сопровождение питались едой, приготовленной непосредственно на транспортных средствах. На судах были оборудованы кухни, в наземных караванах появилась первая «полевая кухня».

Торговцы очень быстро поняли, что могут получить дополнительный доход, продавая готовую еду покупателям, которые на закупку товаров тоже тратили немало времени. Таким образом, появились первые объекты мобильного общепита. Они очень быстро распространились и набрали популярность.

Со временем мобильный общепит нашел свое применение в самых разных местах и обстоятельствах: на рынках, ярмарках, городских площадях, во время проведения массовых мероприятий, в путешествиях. Огромное значение мобильный общепит имел для армий всех времён и народов: до сих пор в дальних походах солдаты питаются едой, приготовленной на «полевой кухне», а в средние века в длительных походах армии сопровождали целые караваны повозок с едой. Мудрые полководцы не позволяли грабить торговцев, сопровождающих войско, и щедро делились с ними добычей. Это позволяло решать вопрос снабжения продовольствием и, несомненно, могло повлиять на успех военной компании.

В таком виде мобильный общепит, практически не меняясь, просуществовал до начала 20 века. Затем повсеместное развитие техники, в частности появление велосипедов, автомобилей, вдохнуло в него новую жизнь. По всему миру появились сначала тележки и велолавки, а затем автолавки с самыми разнообразными товарами и яствами: мороженым, напитками, горячей кукурузой, хот-догами.

Одновременно с развитием автотранспорта развивались и объекты мобильного общепита. Новое техническое оснащение позволило значительно расширить ассортимент, разработать и воплотить в жизнь запоминающийся дизайн автолавок. Появились самые разнообразные кофейни, закусочные на колёсах. Постепенно многие из них превратились в целые сети общественного питания, приносящие весьма немалый доход.

В 50-70-е года 20 века в США и странах Западной Европы многие компании общепита начали очень успешно внедрять продажу франшизы на сети автолавок уже популярных брендов. Это дало шанс многим мелким предпринимателям практически с нуля начать собственный бизнес. Важно отметить, что на протяжении всего своего существования мобильный общепит в разных странах не раз выручал как начинающих, так и опытных предпринимателей. Дело в том, что автолавка не требовала больших затрат, зачастую её создавали на базе стартового транспортного средства максимально собственными силами. Можно было значительно сэкономить на отсутствии арендной платы за торговые и производственные площади.

Автолавка идеально подходила для семейного бизнеса. Еда в ней всегда была свежеприготовленная, а за счёт значительной экономии затрат более дешевая, чем в стационарных бистро.

В случае работы по франшизе предприниматель получал готовую модель бизнеса, уже раскрученный ассортимент и дизайн. У него были шансы быстро расшириться и стать владельцем небольшой дочерней сети фастфуда на колёсах. К тому же, налоги для предпринимателей малого бизнеса в странах западной Европы и Америки уже тогда были щадящими. Малые форматы предпринимательства активно поддерживались государством: понимая, что проще поддержать предпринимателя, чем платить ему пособие по безработице. Недаром колоссальный всплеск мобильного бизнеса произошёл в США после кризиса 2008г. Взлет

мобильного бизнеса коснулся всей страны. А самые крупные мегаполисы, такие как Лос-Анджелес и Нью-Йорк, буквально наводнили новые сети автолавок с самым разнообразным дизайном и ассортиментом.

Сегодня, используя интернет, они могут передвигаться по всему городу, заранее предупреждая своих клиентов о времени посещения именно их районов.

Не так давно в США и Европе появились, и стали быстро распространяться мобильные сети здоровой, экологически чистой, готовой еды.

Как вы видите, сегодня мобильный общепит - это динамично развивающаяся, универсальная, постоянно трансформирующаяся модель бизнеса.

Подводя итоги, хотелось бы обратить Ваше внимание на историю развития мобильного общепита в России.

В России мобильный общепит был не менее распространён и популярен, чем в странах Западной Европы. Ещё во времена древней Руси, разделенной на удельные княжества, русские купцы плавали по всему миру, перевозя огромное количество товаров и разнообразных яств.

В столицах княжеств проводились ярмарки, устраивались празднества, на которых с повозок и кораблей продавали разнообразные угощения. Позже уже в объединённой Руси, а затем в огромной Российской империи ярмарки стали более организованные и многочисленные, а к сохранившимся языческим праздникам прибавились православные. Иные из них сопровождались гуляниями по 10 дней.

Гуляющие всех классов и сословий ели и пили без меры. С многочисленных подвод продавали чай, из неизменно дымящегося самовара, баранки и бублики, сладкие и сытные блины, пироги и конечно

медовуху, квас и русскую водку. Доходы торговцев, занимающихся мобильным общепитом, были весьма высоки.

По трассам Российской империи, кроме многочисленных трактиров, в немалом количестве стояли те же подводы с дымящимися самоварами и угощением для путников. Можно себе представить, как приятно было зимой выйти из саней, размять ноги, погреться у пышущего жаром самовара, выпить горячего чая и перекусить. Деревни, через которые проходили трассы, выживали и богатели даже в самые тяжелые времена.

Так продолжалось до самых революционных волнений и развала Российской империи. Но даже во время гражданской войны, в первые годы советской власти, несмотря на борьбу с частным предпринимательством, мобильный общепит в России продолжал существовать. Сменился лишь ассортимент, и оплата происходила не всегда деньгами. Затем, после некоторого затишья и короткого всплеска при НЭПе, мобильная торговля на 70 лет стала государственной, как и все остальные виды предпринимательской деятельности в СССР. Уже к 30-м годам 20 века она была чётко организована и распространена по всей стране. В городских парках, в местах скопления народа с оборудованных тележек продавали мороженное, напитки, горячие пирожки и многое другое. На улицах населённых пунктов с мини цистерн-прицепов продавали пиво, квас и молоко.

На многочисленных курортах Советского союза объекты мобильной торговли можно было встретить буквально на каждом углу: на пляжах, в санаториях и лечебницах, на турбазах и кемпингах, на авто, ж.-д., речных и морских вокзалах, в курортных парках и на танцплощадках, на улицах курортных городов и посёлков. При всей своей примитивности, мобильный общепит курортов СССР составлял весьма существенную часть их

товарооборота. В таком виде, практически без изменений, мобильный общепит просуществовал до начала 90-х годов 20 века.

После распада Советского Союза по всей территории огромной страны началась хаотичная и неконтролируемая торговля. Границы оказались открыты, в страну хлынул поток импортных товаров, техники и автотранспорта. По всему миру мгновенно появилось огромное количество площадок для продажи б. у. автотранспорта для неожиданно появившейся армии покупателей из России. Вместе с изобилием транспортных средств российские покупатели получили возможность познакомиться и приобрести разнообразные автолавки на базе прицепов и автомобилей, в том числе для приготовления и продажи фастфуда.

Выше перечисленные обстоятельства, в купе с простотой формата и отсутствием необходимости больших капитальных затрат, привели к огромному всплеску сначала мобильной торговли, а затем и мобильного общепита. На улицах городов появились автолавки с курами гриль, пирогами, напитками, горячими хот-догами и другими готовыми продуктами. Стали появляться сети общепита на колёсах.

2.3 Анализ развития мобильного общепита

В этой статье приводится анализ развития мобильного общепита за последние 20 лет на примере Санкт-Петербурга и Ленинградской области. Выбор данного региона не случаен: Санкт-Петербург и Ленинградская область один из немногих регионов РФ в котором с 2007 года правительством города была принята программа поддержки мобильной торговли.

В 90-е г. 20 века начинается повсеместная хаотичная торговля. Появляется сразу большое количество торговых форматов. В рамках данного исследования обсудим малые форматы торговли. Вот основные из них, которые получили массовое распространение в 90-е года и сохранились до наших дней:

1. Шатры - самый примитивный и самый доступный малый формат розничной торговли Описание: Шатёр - это разборная конструкция из металлического, либо пластикового каркаса и непромокаемой ткани. Под шатром, как правило, размещался раскладной стол- прилавок, на котором выкладывались товары. Запас товара хранится в коробках за спиной продавца. При возможности подключения электричества, под шатрами ставили холодильные, морозильные витрины, а также морозильные лари за продавцом, например, для продажи мороженого летом.

Преимущества: доступность, минимизация вложений, возможность быстрой передислокации.

Недостатки: в случае торговли продуктами, сложно добиться соблюдения санитарных норм, не лучшая защита товаров и торгового персонала от погодных условий, особенно в осенне-зимний период.

2. Киоски - самый распространённый в 90-х годах малый формат на территории стран бывшего Советского Союза

Описание: Стационарный объект, изготовленный, как правило, из металла, с остеклением, входом для продавца и окном выдачи для покупателя. Стационарно подключается к электрической сети. При необходимости объект может быть оснащён холодильным и тепловым оборудованием.

Преимущества: Заполнение таких мест, где торговля необходима, а другой формат не очень удобен (переходы, автобусные и прочие остановки).

Недостатки: Стационарное электропитание, риски, связанные с часто меняющимся законодательством городских властей.

3. Павильоны - стационарные торговые объекты небольшого размера Описание: Небольшая типовая постройка с одним или несколькими входами. пункты, вокзалы, пригородные станции, специально отведённые места на городских улицах и площадях.

Преимущества: Работа на постоянного клиента, возможность открытия сети, где не нужна большая торговая площадь, упрощённое налогообложение.

Недостатки: Так же, как и с киосками, непредсказуемая политика городских властей в отношении малых торговых форматов.

4. Магазины небольшой площади - магазины шаговой доступности

Описание: Небольшие помещения на первых этажах жилых зданий в основном в спальных районах.

Преимущества: Наличие самых необходимых для местных жителей товаров в шаговой доступности, упрощённое налогообложение.

Недостатки: Слабая конкурентоспособность по сравнению с более крупными форматами розничной торговли Автолавки - мобильный магазин или кафе

Описание: Фургон, специально оборудованный для розничной торговли или организации фастфуда, на базе прицепа, либо автомобиля.

Преимущества: Мобильность, автономность, всегда свежая продукция, доступность формата.

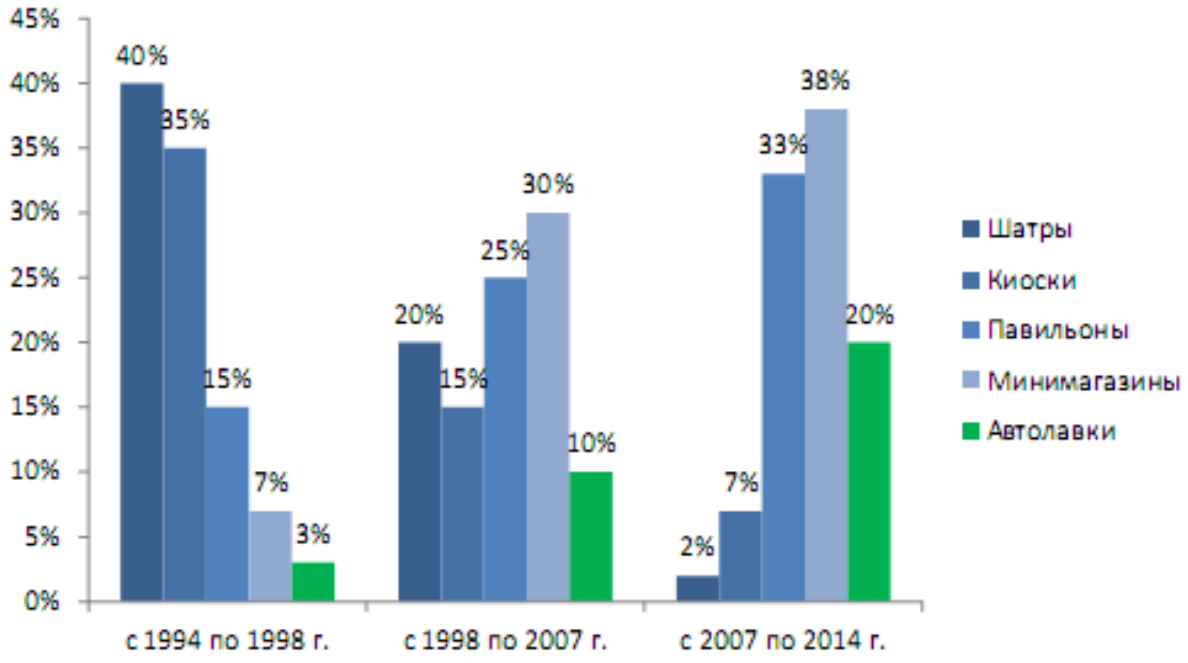
Недостатки: главным недостатком, который должен устранить новый федеральный закон «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации» являлось распределение мест на конкурсной основе.

Итак, мы выделили основные виды малых форматов торговли в СПБ и Ленинградской области. Для того, чтобы проследить их развитие с 1994-го по 2014 г., мы условно разобьем этот период на три отрезка:

1994 - 1998 г. – время неорганизованной хаотичной, практически неконтролируемой государственными органами торговли;

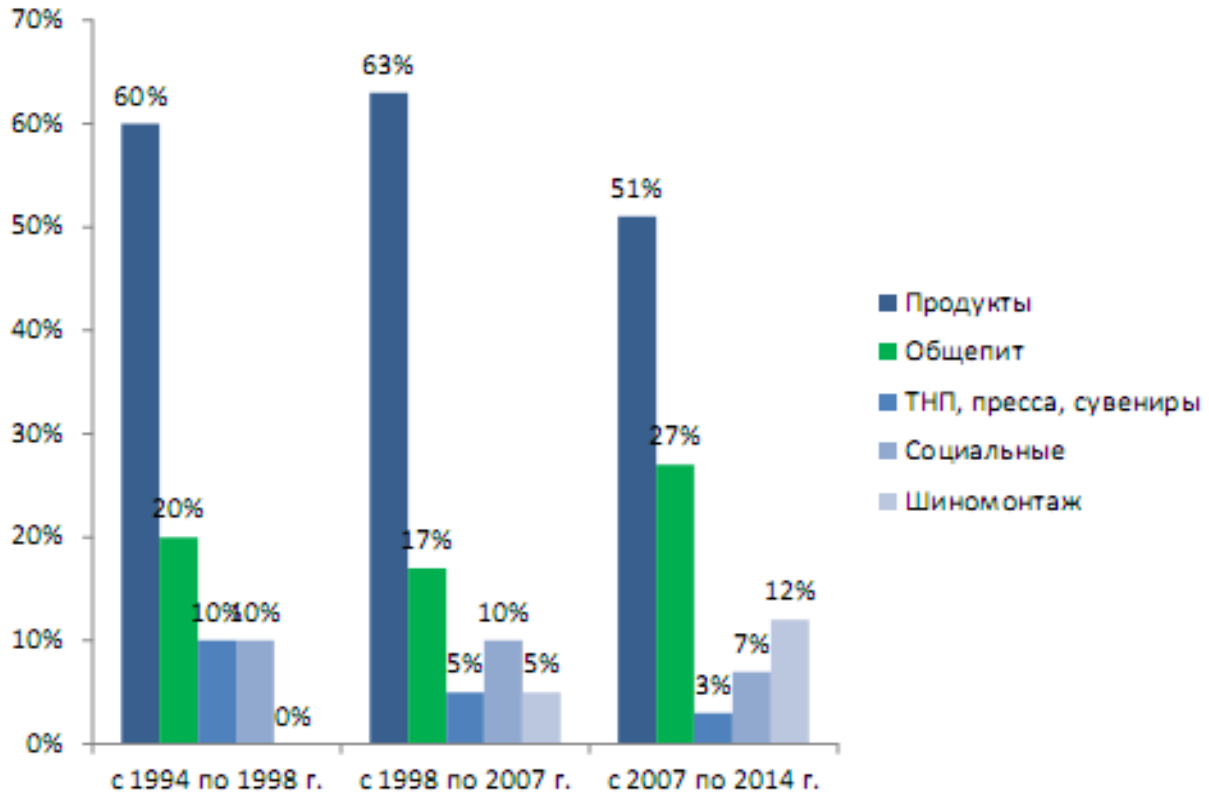
1998 - 2007 г. – время активного вмешательства государственных и городских властей в торговую политику, как следствие, преобразование торговых форматов;

2007 - 2014 г. – принятие правительством СПб программы поддержки малых форматов торговли, в частности мобильной, на фоне значительного расширения крупных торговых сетей.



Как Вы видите, с 94-го года по сегодняшний день мобильный бизнес в СПБ активно развивался. Общее количество автолавок возросло более чем в 6 раз.

Давайте посмотрим, как менялся сам формат мобильной торговли за это время:



Значительную долю рынка занимали и занимают гастрономические автолавки (колбаса, хлеба-булочные кондитерские изделия, рыба, мясо, молоко.)

Пресса и сувениры, почти полностью переместились в другие форматы. Это связано с тем, что именно им город разрешил оставить киоски, а метрополитен оставил их, как центральную торговую группу. Таким образом в СПб у них и без автолавок имеются торговые площадки с очень высокой поточной проходимостью, нет необходимости тратить дополнительные средства и ресурсы.

Количество социальных автолавок в последние годы слегка уменьшилось в связи с уменьшением населения посёлков. Но это направление мобильной торговли активно поддерживается местными и федеральными органами власти и имеет все шансы на успешное развитие.

Количество точек мобильного общепита по отношению к прочим объектам увеличилось более чем в 1.5 раза. Почти у каждой станции метро в СПб можно встретить выпечку компаний «Месье Патиссье», «Буше», горячие пирожки компаний «Тили-тесто» и «Бейкер стрит».

И всё же рынок мобильного общепита СПБ и ленинградской области практически не заполнен: есть не мало мест, где присутствие фастфуда на колёсах было бы весьма востребовано. Большое количество парковых зон, пересадочных пунктов, мест проведения массовых мероприятий - обширный плацдарм для развития мобильного общепита в СПб и Ленинградской области.

2.4 Сравнение мобильного общепита с прочими малыми форматами

Таблица 2

Сравнение мобильного общепита с прочими малыми форматами

Наименование	**Преимущества**	**Недостатки**
Фастфуд на колёсах	Ответственность за соответствие объекта мобильного общепита всем требованиям законодательной базы лежит на его производителе. Мобильность, универсальное энергоснабжение (возможность работы от сети либо автономно). Небольшие текущие расходы (отсутствие арендной платы за помещение). Возможность максимально полного финансирования на старте (кредит, лизинг движимого объекта). Возможность быстро расширить бизнес (создать и установить сеть типовых объектов).	Необходимость приобретения транспортного средства, его обслуживание и амортизация.
Бистро на базе киоска	Возможность заполнить места, не подходящие для других форматов (переходы, остановки городского транспорта, здания вокзалов.). Так же, как автолавка хорошо подходит для существующего сетевого бизнеса (например, блинные «Теремок»)	Обязательное согласование внешнего вида с городскими структурами, необходимость стационарного подключения к электросети с выделением мощностей.

Наименование	Преимущества	Недостатки
Закусочная в павильоне	Возможность комбинированного обслуживания клиентов (в зале, либо на вынос, возможно с дополнительного окна), защита клиентов от плохих погодных условий.	Целый ряд мероприятий и согласований на старте проекта. Существенные арендные и коммунальные платежи, при небольшом зале обслуживания, ограничивающем поток клиентов при его заполнении.
Маленький объект общепита в жилом доме	Наличие кухни (возможность работы в более расширенном формате), лицензия на спиртное, постоянный клиенты (жители близлежащих домов)	Большие стартовые вложения в ремонт, оборудование, мебель, согласования, залоговые и первичные платежи, до открытия объекта. Существенное время на подготовку к открытию уже при текущих платежах.
Фастфуд в формате фуд-корта	Гарантированный поток клиентов, посетителей ТЦ, наличие кухни, наличие общего зала фуд-корта, возможность работы с широким ассортиментом, большие рекламные площади	Большие стартовые вложения в ремонт, оборудование, весьма существенные арендные и коммунальные платежи. Очень сильная конкуренция.

2.5 Обоснование и предпосылки для мобильного общепита

1. Поддержка отечественного производителя продуктов питания и малого предпринимательства в сложный период экономического кризиса и международных санкций. Поддержка отечественного автопроизводителя. Появление большого количества новых рабочих мест.

2. Поддержка малых форматов торговли, в частности мобильной торговли на федеральном уровне, как следствие принятие нового Федерального закона «Об основах государственного регулирования торговой деятельности в Российской Федерации», облегчающие нормативы деятельности мобильных объектов.

3. Политика городских структур, направленная на восстановление и благоустройство парков и других мест отдыха и проведения культурных мероприятий, а также появление новых.

4. Новые технические возможности автолавок для мобильного общепита, отвечающие современным требованиям технической безопасности и санитарных норм. А также позволяющие производить, приготавливать и продавать на месте свежую, высококачественную продукцию, при полной автономии и мобильности.

5. Возможность разместить автолавку в местах, где невозможно, либо не разрешено подключение к электропитанию.

6. Организация сегмента торговли и услуг отвечающей желанию российского потребителя приобретать качественную отечественную продукцию в удобном для него месте по цене производителя.

7. Появление комплексных решений для мобильного бизнеса при объединении усилий органов власти, общественных организаций, производителя транспортных средств, производителей и экспортёров оборудования для торговли и общепита, кредитных учреждений.

2.6 Перечень реализуемой продукции

Ценовая политика будет устанавливаться исходя из вида реализуемой молочно-мясной продукции, розничной наценки на расходные материалы, и закупочной стоимости используемых продуктов.

3. Производственный план

3.1 Оборудование автолавки

Таблица 3

Комплектация транспортного средства для мобильной торговли

№ п/п	Наименование	Количество	Цена, руб.	Итого, руб.
1.	Шасси Газель NEXT дизель	1	955 000	955 000
2.	Кузов - изготовлен из сэндвич-панелей, снаружи из окрашенного алюминия с окантовочными алюминиевыми профилями, внутри из окрашенной ДВП, утеплитель пенополистерол, с фальшбортами. Габариты кузова, внутренние (ДхШхВ,м) - 3.9х2.1х1.9., разрезная ставня, дополнительная дверь в кузов слева по ходу движения автомобиля максимально приближена к передней стенке фургона, выдвижная лестница для прохода во внутрь туалетной комнаты.	1	323 000	323 000
3.	Наружная обшивка - пластик (стены+крыша)	1	15 000	15 000
4.	Внутренняя обшивка - пластик (стены+крыша)	1	13 000	13 000
5.	Пол- полиуретановая заливка без кварцевой крошки	1	12 000	12 000
6.	Усиление рессор - по одному листу с каждой стороны	1	12 000	12 000

№ п/п	Наименование	Количество	Цена, руб.	Итого, руб.
7.	Монтаж кузова на шасси	1	4 500	4 500
8.	Остекление ПВХ стеклопакет	1	18 900	18 900
9.	Холодильная витрина по передней витринной части кузова, габариты наружные: д/г/в, мм - 1500/550/830, температурный режим 0...+6°С, стеклопакет, фронтальная загрузка (две двери купе), со столешницей, являющейся рабочей поверхностью продавца, освещение внутри витрины - светодиодные ленты .	1	53 600	53 600
10.	Холодильная витрина по передней витринной части кузова, габариты наружные: д/г/в, мм - 1200/550/1870, две стеклянные двери купе-четыре створки, температурный режим 0...+6°С, стеклопакет, освещение внутри витрины - светодиодные ленты, 3полки-4 уровня выкладки.	2	76 890	153 780
11.	Холодильный шкаф-накопитель, объем - 800 л., две двери-купе, стекло, три полки-4уровня выкладки, температурный режим 0. . .+6°С освещение внутри шкафа - светодиодные ленты.	1	56 700	56 700

№ п/п	Наименование	Количество	Цена, руб.	Итого, руб.
12.	Автономное водоснабжение (раковина нерж.,2 бака по 20 л., погружной насос, контактный кран, блок питания 12 В, переходник под напряжение 220В)	1	6 570	6 570
13.	Водонагреватель	1	6 200	6 200
14.	Торговая мебель	1	12 700	12 700
15.	Кассовый модуль с системой учета и весами	1	98 000	98 000
16.	Гардеробный шкафчик	1	3 100	3 100
17.	Туалетная комната: вентиляция, переносной биотуалет «Тетфорд освещение)	1	13 900	13 900
18.	Автономный воздушный Планар 44D для дизельного автомобиля. Монтаж, пуско-наладочные работы.	1	29 000	29 000
19.	Кондиционер - сплит система. Монтаж, пуско-наладочные работы.	1	40 000	40 000
20.	Шумовиброизоляционный отсек под дизельный генератор (площадка для установки генератора, предотвращающая его вибрацию, турбированный вентилятор охлаждающий генератор, выносная розетка для подключения оборудования, технологические отверстия для выхлопных газов).	1	45 000	45 000

№ п/п	Наименование	Количество	Цена, руб.	Итого, руб.
21.	Генератор. Топливо - дизельное. Система запуска ручная/электро/авто. Рабочий объем двигателя, см^{3}456. Емкость топливного бака, л 14,0. Расход топлива, л/ч 1,8. Продолжительность работы на одной заправке (при 75% нагрузке), ч7,7. Емкость масляного картера, л 1,6. Номинальная (активная) мощность генератора, Вт 5300. Максимальная мощность генератора, Вт 5800. Напряжение, В220. Габаритные размеры (ДхШхВ), мм 770х535х680.	1	83 000	83 000
22.	Бортовой ввод + щиток со счетчиком +разводка электрики с возможностью работать как от бортового ввода так и от генератора + розетки (4 блока) +внутреннее освещение (2 светильника)	1	14 530	14 530
23.	Подключение топливной системы генератора к топливной системе автомобиля	1	19 400	19 400
24.	Запуск генератора из торгового кузова	1	17 520	17 520
25.	Web-camera	1	17 300	17 300
26.	Навигационная система	1	24 500	24 500
27.	Обтекатель	1	8 500	8 500
	Итого:			***2 056 700***

Расчеты данной модели осуществлены при полной комплекции автолавки. Предприниматель может на свое усмотрение выбирать комплектацию транспортного средства.

3.2 Объемы реализации молочно-мясной продукции

Финансовые расчеты осуществляются на основании среднего чека.

Таблица 4

Производственная программа

Показатель	**Ед. изм.**	**Величина показателей по периодам**					
		Первый год деятельности				**2 год**	**3 год**
		I кв.	**II кв.**	**III кв.**	**IV кв.**		
1. Количество покупателей	чел.	2 000	3 000	3 000	3 000	12 000	12 000

Таблица 5

Объемы реализации продукции

Показатель	**Ед. изм.**	**Величина показателей по периодам**					
		Первый год деятельности				**2 год**	**3 год**
		I кв.	**II кв.**	**III кв.**	**IV кв.**		
1. Средний чек							
цена за ед.	руб.	600	600	600	600	600	600
объем реализации	руб.	1 200 000	1 800 000	1 800 000	1 800 000	7 200 000	7 200 000
Итого:	***руб.***	***1 200 000***	***1 800 000***	***1 800 000***	***1 800 000***	***7 200 000***	***7 200 000***

4. Организационный план

4.1 Структура компании

Таблица 6

Структура компании

Должность	Должностные обязанности
Руководитель отдела выездной торговли (ИП)	Управление всеми процессами проекта, контроль за выполнением должностных инструкций, взаимодействие с государственными структурами и контролирующими органами.
Водитель-грузчик	Управление ТС, логистика готовой продукции и фасовочных материалов, перемещение сырья, товаров по поручению руководителя, слив отходов, наполнение водой ёмкостей для мойки автолавок и прочие работы.
Продавец-кассир	Обслуживание покупателей, инкассация.

4.2 Фонд оплаты труда

Таблица 7

Расчет фонда заработной платы работников

№ п/п	Категория работников	Количество человек	Размер оклада, руб.	Сумма зарплаты, руб.	Страховые отчисления, руб.	Всего, руб.
1.	Водитель-грузчик	1	15 000	15 000	4 500	19 500
2.	Продавец-кассир	1	15 000	15 000	4 500	19 500
	Итого:		***30 000***	***30 000***	***9 000***	***39 000***

5. Финансовый план

Таблица 8

Смета затрат в период становления проекта

№ п/п	Статья затрат	Сумма, руб.
1.	*Затраты, связанные с регистрацией собственного дела*	*800*
1.1.	Госпошлина	800
2.	*Организационно-технические затраты*	*2 064 700*
2.1.	Арендная плата и коммунальные платежи	6 000
2.2.	Оборудование	2 056 700
2.3.	Непредвиденные расходы	2 000
	Итого:	***2 065 500***

Таблица 9

Источники финансирования

№ п/п	Наименование источника	Сумма, руб.
1.	Личные средства: - Денежные - Оборудование и др.	
2.	Заемные средства	
3.	Кредит финансовых учреждений: - Залоговый - Беззалоговый	
4.	Иная поддержка (грант)	
	Итого:	***2 065 500***

Основные показатели коммерческой, бюджетной и социальной эффективности:

Таблица 10

Основные финансовые показатели проекта

Вид показателя	Значение
Чистый приведенный доход, NPV (за 3 года)	1 045 265
Внутренняя норма рентабельности, IRR	23,94%
Срок окупаемости, PBP	20,3 мес.
Дисконтированный срок окупаемости, DPB	23,9 мес.
Средняя норма рентабельности, ARR (за 3 года деятельности)	16,0%

Баланс денежных расходов и поступлений представлен в Приложении №4.

6. Анализ и управление рисками проекта

Одной из наиболее часто используемых в инвестиционном менеджменте классификаций рисков является их структурирование по сферам реализации.

Приведем данную схему с учетом рисковых факторов предлагаемого проекта:

1. Политические риски

Данный вид рисков связан с нестабильностью хозяйственного, налогового, таможенного, банковского, земельного и другого законодательства, состоянием государственно-институциональной системы и уровнем развития гражданского общества, а также проводимой в стране макрополитикой.

Возможные меры по снижению риска:

- взаимодействие руководства организации с властными структурами и ее представителями на местах.

2. Юридические риски

Эти риски обусловлены несовершенством существующего законодательства в аспекте качества формальных правил и процедур, определяющих своего рода правила игры для экономических субъектов.

Возможные меры по снижению риска:

- Высокопрофессиональное юридическое сопровождение;
- четкая и однозначная формулировка положений документов.

3. Технические риски

Такие риски связаны со сложностью технико-технологических параметров проекта и его окружающей среды.

Возможные меры по снижению риска:

- страхование технических рисков;

- повышение квалификации персонала и развития человеческого капитала.

4. Операциональные риски

Данные риски возникают в связи с непроработанностью технологии работы и неэффективностью параметров организационного процесса.

Возможные меры по снижению риска:

- четкое календарное планирование и управление реализацией проекта;
- повышение квалификации персонала и развития человеческого капитала.

5. Внутренние социально-психологические риски

Социально-психологические риски усиливаются в условиях негативного социально-психологического климата в коллективе.

Возможные меры по снижению риска:

- создание эффективной системы мотивации на основе активизации материального и морального стимулирования;
- развитие организационной культуры.

6. Финансовые риски

Финансовые риски связаны со сложившейся и прогнозируемой структурой капитала, наличием эффективных финансовых источников и уровнем обеспеченности финансовыми ресурсами.

Возможные меры по снижению риска:

- разработка финансово-инвестиционной стратегии эффективного развития организации;
- оптимизация финансово-инвестиционных потоков, схем и направлений вложения капиталов (диверсификация, система контроля и т.д.).

Приложения

Приложение №1

Этапы организации мобильного бизнеса

1. Разработка бизнес плана мобильного бизнеса.
2. Регистрация Юридического лица/ИП, выбор системы налогообложения, постановка на налоговый учёт.
3. В случае необходимости подбор кредитной организации, кредитного продукта, сбор документов, получение одобрения кредитного продукта, подготовка кредитного договора.
4. Согласование комплектации автолавки, формирование и подписание технического задания по её изготовлению, подготовка и подписание договора поставки.
5. Подбор помещения и площадки под организацию обслуживающей базы (склада, офиса, технического-санитарного помещения, стоянки). Заключение договора аренды, ремонт, подготовка к эксплуатации.
6. Участие в конкурсе по предоставлению торговых мест и получение разрешения на торговлю. Для этого в Управление потребительского рынка администрации района, в котором планируется размещение автолавки, необходимо сдать заверенные копии следующих документов:

- заявление
- полный комплект учредительной документации (для юридических лиц):
- свидетельство о госрегистрации;
- свидетельство ИНН;
- коды статистики;
- выписка из госреестра;
- реквизиты ИП или руководителя ЮЛ;
- заключения РосПотребНадзора и МЧС о соответствии автолавки

санитарным нормам и требованиям пожарной безопасности;

- договор на вывоз мусора;
- справка об отсутствии налоговых и прочих задолженностей;
- ассортимент продукции, согласованный санэпиднадзором;
- паспорт транспортного средства;

При успешном прохождении конкурса, в Управление потребительского рынка администрации района Вам предоставят список адресов торговых точек из которых можно выбрать не более 2 точек на 1 ЮЛ/ИП на момент проведения конкурса. Конкурс проводится ежеквартально.

В случае если размещение автолавки планируется на территории парков и прочих мест организации досуга, вокзалов, платформ, рынков, ярмарок, площадей ТЦ и прочих торговых учреждений заключаются договора аренды земли по форме их управляющих структур. В данном случае участие в конкурсе и оформление разрешения на торговлю берёт на себя организация-арендодатель. Выше перечесленый список документов необходимо сдать лицу, уполномоченному арендодателем.

7. Подбор и приём на работу персонала, согласно штатному расписанию. Ознакомление и с должностными инструкциями, подписание трудовых договоров, договоров материальной ответственности.

8. Заказ и изготовление фирменной фасовочной продукции, ценников, рекламных материалов, закупка хоз.товаров

9. Приёмка автолавок по качеству и комплектации, оформление актов приёма-передачи. Регистрации в ДПС, подготовка автолавок к работе, проверка работы оборудования в тестовом режиме.

Приложение 2

Основные положения законодательной базы по мобильному общепиту и типовой порядок организации и исполнения законодательных требований

Основные положения законодательной базы по мобильному общепиту	Типовой порядок организации и исполнения законодательных требований
Соответствие объекта мобильного общепита всем требованиям законодательной базы	Ответственность за соответствие объекта мобильного общепита всем требованиям законодательной базы несёт его производитель. Для подтверждения соответствия автолавки всем требованиям законодательной базы, производитель обязан предоставить предпринимателю: 1. ПТС на ТС. 2. Технический паспорт и инструкции по эксплуатации оборудования, согласно спецификации ДКП. 3. Сертификаты соответствия на проектирование, разработку и производство, поставку и обслуживание специальных и специализированных ТС, а также на ремонт и обслуживание указанных выше ТС. 4. Сертификаты соответствия и инструкции по эксплуатации и технике безопасности оборудования установленного в автолавке, согласно спецификации ДКП.
Наличие разрешения на торговлю	Выдаётся местным управлением потребительского рынка администрации района, в котором планируется размещение автолавки. В случае, когда автолавка ставится на площадках, принадлежащих рынкам, ТЦ и прочим негосударственным Юридическим лицам, оформляется договор на их установку с данными Ю.Л., разрешение на торговлю в управлении потребительского рынка местной администрации в данном случае оформляется представителем арендодателя по согласованию с предпринимателем.

Основные положения законодательной базы по мобильному общепиту	Типовой порядок организации и исполнения законодательных требований
Согласование ассортиментного перечня	Сдаётся для согласования в управление потребительского рынка администрации района в момент подачи заявки на участие в конкурсе, выдаётся заверенное, одновременно с выдачей разрешения на торговлю.
Наличие санитарных книжек у кассиров и поваров автолавки.	Оформляется работниками самостоятельно после заключения трудового договора.

Приложение 3

Государственные субсидии и дотации для мобильного общепита

Название субсидий, грантов	Описание государственной поддержки
Грантовая поддержка начинающих предпринимателей	В Алтайском крае осуществляется грантовая поддержка начинающих предпринимателей. Сумма предоставляемого гранта не может превышать 500 тысяч рублей. Срок регистрации в качестве предпринимателя должен быть не более 1 года. Ссылка на подробную информацию http://altsmb.ru/index.php/working/fincred-support#grants.
НО «Алтайский фонд микрозаймов»	Вы можете воспользоваться услугами Алтайского фонда микрозаймов (АФМ). АФМ создан Администрацией Алтайского края в лице Управления по развитию предпринимательства и рыночной инфраструктуры в 2009 году с целью повышения доступности заемных ресурсов для субъектов малого предпринимательства. Процентная ставка в данный момент 8,5% годовых, максимальная сумма микрозайма 1 млн. рублей. Более подробную информацию Вы можете получить по телефону +7 (3852) 538-070. С более подробной информацией Вы можете ознакомиться на сайте www.altfond.ru.
Субсидирование части затрат по договорам финансовой аренды (лизинга) техники	Субсидирование не более 3/4 ключевой ставки ЦБ РФ по платежам в текущем году, но не более 70% затрат в текущем году, не более 5 млн. рублей. Субсидирование уплаты Субъектом первого взноса (аванса) при заключении договора финансовой аренды (лизинга) техники и оборудования, но не более 70% затрат в текущем году, не более 5 млн. рублей. Грант вновь зарегистрированным и действующим менее 1 года СМП по договору лизинга, на условиях долевого софинансирования собственных средств не менее 15% от суммы Гранта. Ссылка http://altsmb.ru/index.php/working/fincred-support#lising
Субсидирование затрат СМСП на приобретение оборудования	Возмещению подлежат до 50% затрат на приобретение оборудования. Максимальный размер субсидии – 15 млн. рублей (7,5 млн. рублей). Субсидированию подлежит новое оборудование со сроком полезного действия более 2 лет. Численность сотрудников предприятия – 30 человек (от 10 до 29). Ссылка http://altsmb.ru/index.php/working/fincred-support#oborudovanie

Субсидирование части банковской процентной ставки по кредитам, привлекаемым СМСП	Субсидирование осуществляется на основании действующих кредитных договоров, не более 3/4 ключевой ставки ЦБ России, но не более 70% затрат Сумма кредита должна составлять более 1,5 млн. рублей. Размер уплаченных процентов по кредиту должен составлять не менее 10% от всей суммы процентов по кредиту. Максимальный размер субсидии – не более 5 млн. рублей. Ссылка http://altsmb.ru/index.php/working/fincred-support#percent

Приложение 4

Баланс расходов и поступлений

Наименование статьи	Величина показателя по периодам, руб.												
	Первый год работы												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Итого
Денежные средства в наличии на начало месяца	2 065 500	0	111 800	223 600	335 400	447 200	559 000	670 800	782 600	894 400	1 006 200	1 118 000	
ДОХОДЫ:													
Выручка от реализации услуг	0	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	6 600 000
Собственные средства	2 065 500												2 065 500
ДОХОДЫ ВСЕГО	2 065 500	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	8 665 500
РАСХОДЫ:													
Покупка оборудования	2 056 700												2 056 700
Заработная плата персонала	0	26 100	26 100	26 100	26 100	26 100	26 100	26 100	26 100	26 100	26 100	26 100	287 100
Себестоимость продукции	0	360 000	360 000	360 000	360 000	360 000	360 000	360 000	360 000	360 000	360 000	360 000	3 960 000
Аренда плата и коммунальные платежи	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000	72 000
Затраты на регистрацию	800												800
Затраты на хозяйственные нужды и упаковку	0	21 000	21 000	21 000	21 000	21 000	21 000	21 000	21 000	21 000	21 000	21 000	231 000
Затраты на эксплуатацию генераторов	0	7 800	7 800	7 800	7 800	7 800	7 800	7 800	7 800	7 800	7 800	7 800	85 800
Аренда за торговое место	0	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	88 000
Затраты на ГСМ и обслуживание транспорта (при пробеге 60 км в сутки)	0	8 400	8 400	8 400	8 400	8 400	8 400	8 400	8 400	8 400	8 400	8 400	92 400
Налоги, в том числе:													
- УСН	0	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	396 000
- НДФЛ (13 % с оклада)	0	3 900	3 900	3 900	3 900	3 900	3 900	3 900	3 900	3 900	3 900	3 900	42 900
- Страховые отчисления	0	9 000	9 000	9 000	9 000	9 000	9 000	9 000	9 000	9 000	9 000	9 000	99 000
- Фиксированные взносы ИП												85 260	85 260
Непредвиденные расходы	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	24 000
РАСХОДЫ ВСЕГО	2 065 500	488 200	488 200	488 200	488 200	488 200	488 200	488 200	488 200	488 200	488 200	573 460	7 520 960
МЕСЯЧНЫЙ ДЕНЕЖНЫЙ ПОТОК	***0***	***111 800***	***111 800***	***111 800***	***111 800***	***111 800***	***111 800***	***111 800***	***111 800***	***111 800***	***111 800***	***26 540***	
Денежные средства в наличии на конец месяца	0	111 800	223 600	335 400	447 200	559 000	670 800	782 600	894 400	1 006 200	1 118 000	1 144 540	

Приложение 5

Баланс расходов и поступлений

Наименование статьи	Величина показателя по периодам, руб.												
	Второй год работы												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Итого
Денежные средства в наличии на начало месяца	1 144 540	1 256 340	1 368 140	1 479 940	1 591 740	1 703 540	1 815 340	1 927 140	2 038 940	2 150 740	2 262 540	2 374 340	
ДОХОДЫ:													
Выручка от реализации услуг	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	7 200 000
Собственные средства													0
ДОХОДЫ ВСЕГО	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	7 200 000
РАСХОДЫ:													
Покупка оборудования													0
Заработная плата персонала	26 100	26 100	26 100	26 100	26 100	26 100	26 100	26 100	26 100	26 100	26 100	26 100	313 200
Себестоимость продукции	360 000	360 000	360 000	360 000	360 000	360 000	360 000	360 000	360 000	360 000	360 000	360 000	4 320 000
Аренда плата и коммунальные платежи	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000	72 000
Затраты на регистрацию													0
Затраты на хозяйственные нужды и упаковку	21 000	21 000	21 000	21 000	21 000	21 000	21 000	21 000	21 000	21 000	21 000	21 000	252 000
Затраты на эксплуатацию генераторов	7 800	7 800	7 800	7 800	7 800	7 800	7 800	7 800	7 800	7 800	7 800	7 800	93 600
Аренда за торговое место	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	96 000
Затраты на ГСМ и обслуживание транспорта (при пробеге 60 км в сутки)	8 400	8 400	8 400	8 400	8 400	8 400	8 400	8 400	8 400	8 400	8 400	8 400	100 800
Налоги, в том числе:													
- УСН	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	432 000
- НДФЛ (13 % с оклада)	3 900	3 900	3 900	3 900	3 900	3 900	3 900	3 900	3 900	3 900	3 900	3 900	46 800
- Страховые отчисления	9 000	9 000	9 000	9 000	9 000	9 000	9 000	9 000	9 000	9 000	9 000	9 000	108 000
- Фиксированные взносы ИП												85 300	85 300
Непредвиденные расходы	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	24 000
РАСХОДЫ ВСЕГО	488 200	488 200	488 200	488 200	488 200	488 200	488 200	488 200	488 200	488 200	488 200	573 500	5 943 700
МЕСЯЧНЫЙ ДЕНЕЖНЫЙ ПОТОК	***111 800***	***111 800***	***111 800***	***111 800***	***111 800***	***111 800***	***111 800***	***111 800***	***111 800***	***111 800***	***111 800***	***26 500***	
Денежные средства в наличии на конец месяца	1 256 340	1 368 140	1 479 940	1 591 740	1 703 540	1 815 340	1 927 140	2 038 940	2 150 740	2 262 540	2 374 340	2 400 840	

Приложение 6

Баланс расходов и поступлений

Наименование статьи	Величина показателя по периодам, руб.												
	Третий год работы												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Итого
Денежные средства в наличии на начало месяца	2 400 840	2 512 640	2 624 440	2 736 240	2 848 040	2 959 840	3 071 640	3 183 440	3 295 240	3 407 040	3 518 840	3 630 640	
ДОХОДЫ:													
Выручка от реализации услуг	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	7 200 000
Собственные средства													0
ДОХОДЫ ВСЕГО	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	7 200 000
РАСХОДЫ:													
Покупка оборудования													0
Заработная плата персонала	26 100	26 100	26 100	26 100	26 100	26 100	26 100	26 100	26 100	26 100	26 100	26 100	313 200
Себестоимость продукции	360 000	360 000	360 000	360 000	360 000	360 000	360 000	360 000	360 000	360 000	360 000	360 000	4 320 000
Аренда плата и коммунальные платежи	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000	6 000	72 000
Затраты на регистрацию													0
Затраты на хозяйственные нужды и упаковку	21 000	21 000	21 000	21 000	21 000	21 000	21 000	21 000	21 000	21 000	21 000	21 000	252 000
Затраты на эксплуатацию генераторов	7 800	7 800	7 800	7 800	7 800	7 800	7 800	7 800	7 800	7 800	7 800	7 800	93 600
Аренда за торговое место	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	8 000	96 000
Затраты на ГСМ и обслуживание транспорта (при пробеге 60 км в сутки)	8 400	8 400	8 400	8 400	8 400	8 400	8 400	8 400	8 400	8 400	8 400	8 400	100 800
Налоги, в том числе:													
- УСН	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	36 000	432 000
- НДФЛ (13 % с оклада)	3 900	3 900	3 900	3 900	3 900	3 900	3 900	3 900	3 900	3 900	3 900	3 900	46 800
- Страховые отчисления	9 000	9 000	9 000	9 000	9 000	9 000	9 000	9 000	9 000	9 000	9 000	9 000	108 000
- Фиксированные взносы ИП												85 300	85 300
Непредвиденные расходы	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	2 000	24 000
РАСХОДЫ ВСЕГО	488 200	488 200	488 200	488 200	488 200	488 200	488 200	488 200	488 200	488 200	488 200	573 500	5 943 700
МЕСЯЧНЫЙ ДЕНЕЖНЫЙ ПОТОК	***111 800***	***111 800***	***111 800***	***111 800***	***111 800***	***111 800***	***111 800***	***111 800***	***111 800***	***111 800***	***111 800***	***26 500***	
Денежные средства в наличии на конец месяца	2 512 640	2 624 440	2 736 240	2 848 040	2 959 840	3 071 640	3 183 440	3 295 240	3 407 040	3 518 840	3 630 640	3 657 140	

Приложение 7

Основные показатели коммерческой эффективности проекта

Наименование показателя	Величина показателя по периодам, руб.														
	Первый год работы													Второй год	Третий год
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Итого	Итого	Итого
Доходы (см. Баланс доходов и расходов)	2 065 500	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	600 000	8 665 500	7 200 000	7 200 000
Расходы (включая налоги, см. Баланс доходов и расходов)	2 065 500	488 200	488 200	488 200	488 200	488 200	488 200	488 200	488 200	488 200	488 200	573 460	7 520 960	5 943 700	5 943 700
Годовой доход	0	111 800	111 800	111 800	111 800	111 800	111 800	111 800	111 800	111 800	111 800	26 540	1 144 540	1 256 300	1 256 300